

**Житомирський державний університет імені Івана Франка**  
**Соціально-психологічний факультет**  
**Кафедра соціальної та практичної психології**

**Особливості тренінгової роботи,  
спрямованої на формування асертивної поведінки.**

Курсова робота  
Студентки 55 групи  
Соціально-психологічного факультету  
**Косоговської Наталії Юріївни**

Науковий керівник:  
**Крамарчук Світлана Вікторівна**

**Житомир-2009**

<b>Вступ.....</b>	<b>3</b>
<b>Розділ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АСЕРТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ ВПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.</b>	
<b>1.1. Особливості розвитку асертивної поведінки в професійній діяльності.....</b>	<b>6</b>
1.1.1 Особливості асертивної поведінки в працівників сфери торгівлі.....	6
1.1.2. Процес асертивної поведінки в системі між особистісних стосунків менеджерів на підприємстві .....	7
<b>1.2. Проблема розвитку асертивної поведінки в працівників сфери менеджменту.....</b>	<b>9</b>
1.2.1. Асертивна поведінка як метод досягнення поставленої мети.....	9
1.2.2. Основні проблеми, що виникають при використанні асертивних технік.....	11
<b>Розділ II. МЕТОДИ ТА МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ.</b>	
<b>2.1. Методичні підходи до організації досліджень основних технік асертивної поведінки .....</b>	<b>13</b>
2.1.1. Тренінгова програма А. Салтера, або як асертивно добитись свого.....	13
2.1.2. Поведінкова тренінгова програма тренування соціальної компетентності Франца-Йозефа Фельдхеге и Гюнтера Краутана.....	14
<b>2.2. Методи стимулювання творчої діяльності.....</b>	<b>17</b>
2.2.1. Вправа “Мозковий штурм” А. Осборна.....	17
<b>Розділ III. РОЗВИТОК АСЕРТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ НА ТРЕНІНГОВИХ ЗАНЯТТЯХ.</b>	
<b>3.1. Розробка тренінгового заняття на формування асертивної поведінки.....</b>	<b>18</b>
<b>Підсумок.....</b>	<b>25</b>
<b>Список використаних першоджерел.....</b>	<b>27</b>

## Вступ

Актуальність дослідження. Асертивна поведінка дає людині можливість вільно вимовляти свою думку, переконувати, не зачіпаючи при цьому інтересів інших. Менеджер – це професія яка потребує постійного спілкування з людьми, він не лише пропонує товар, але й при цьому висказує свою думку, яку приймає продавець і якій довіряє.

За визначенням Ренні Фречі, асертивна людина - це та, яка відповідає за власну поведінку, демонструє самоповагу і повагу до інших, позитивна, слухає, розуміє і намагається досягнути робочого компромісу. Це поняття близьке і принципу гештальт-терапії: «Я существую не для того, чтобы соответствовать твоим ожиданиям; ты существуешь не для того, чтобы соответствовать моим ожиданиям...».

Асертивність допомагає нам в процесі пошуку і знаходження простого виходу з складної ситуації. Навчаючи людей правильно спілкуватися та знаходити компроміси, ми тим самим розвиваємо в них навички асертивної поведінки, які допоможуть їм в буденному житті та роботі. В наш час тренінги впевненої поведінки набули великої популярності серед працівників торгівельної сфери, менеджменту та й просто оволодіння впевненою поведінкою. Хоча на кожен популярний тренінг дає необхідний результат. В розробленні тренінгової програми на розвиток асертивної поведінки були використані вже перевірені досвідом методики та техніки для освоєння умінь користування асертивною поведінкою саме для менеджерів та всіх, хто має відношення до сфери менеджменту. Адже в цій професії головне не керування думками інших людей, а знаходження взаємо порозуміння та спільної мети.

Об'єкт: Вплив асертивної поведінки на становлення особистості менеджера в професійній діяльності.

Предмет: Особливості розробки тренінгової програми на формування асертивної поведінки.

Мета: дослідити особливості розробки тренінгової програми на формування асертивної поведінки.

Гіпотеза: використання технік, які розвивають впевнену поведінку людини позитивно впливає на формування асертивності:

- вправа “мозковий штурм” - дозволяє використати резервні можливості людини для вирішення спільних проблем;
- програвання різних життєвих ситуацій, дозволяє розвинути в людей техніки асертивної поведінки.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наукову літературу з проблеми розвитку асертивної поведінки в менеджерів.
2. Розглянути особливості різних технік асертивної поведінки та способи, де їх можна застосовувати.
3. Розробити тренінгову програму для менеджерів на формування асертивної поведінки.
4. Визначити основні проблеми на етапі створення тренінгу.

Методологічні та теоретичні основи дослідження.

Методологічною основою дослідження є праці Ричарда Петті та Джона Капоччо, які створили теорію згідно з якою переконання формуються одним з двох способів. Коли в людей є достатньо причин для систематичного осмислення мети інформації і коли вони

це можуть, виникають благо приємні умови для зосередженості на аргументах та для реалізації прямого способу переконання.

Методи та організація дослідження.

Дослідження особливостей формування асертивної поведінки проводилося за допомогою тренінгового заняття, яке було розроблено в даній роботі.

Надійність та вірогідність.

Надійність та вірогідність дослідження забезпечувалося репрезентативністю вибірки (8 чоловік), що є оптимальною для проведення тренінгового заняття, застосуванням технік, що є релевантними меті та завданням.

Наукова новизна та теоретичне значення дослідження.

Вперше була розроблена тренінгова програма, що стосується менеджерів сфери торгівлі, за допомогою комплексу вправ на виховання асертивної поведінки.

Практичне значення.

Проведений тренінг був досить ефективним, тому більш досвідчені тренери можуть використовувати ідею для створення подібних програм.

## Розділ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АСЕРТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.

1.1. Особливості розвитку асертивної поведінки в професійній діяльності.

1.1.1. Особливості асертивної поведінки в працівників сфери торгівлі.

Роботу на сучасному підприємстві слід розглядати як групову, а не індивідуальну. Тому основою життєдіяльності колективу є організаційна культура, яка визначає те, заради чого люди стали членами цієї організації; те, як побудовані відносини між ними; які норми і принципи діяльності організації вони розділяють; що, на їх думку, гарно і що погано.

Корпоративна культура дає людям почуття впевненості, гордості за свою фірму, а також сприяє стабілізації колективу.

Ціль корпоративної культури полягає в забезпеченні високого доходу фірми внаслідок вдосконалення управління людськими ресурсами з метою забезпечення лояльності співробітників до керівника і прийнятих рішень, у вихованні в робітників відношення до підприємства як до свого дому, розвитку здібності в ділових і в особистих відносинах спиратися на встановлені норми поведінки, вирішувати будь-які проблеми без конфліктів, що призводить до максимізації ефективності виробничого менеджменту і до покращення діяльності підприємства в цілому.

Формування корпоративної культури сприяє створенню слідуючих принципів: впевненість в правильності своїх дій; прийняття всіма співробітниками етичних цінностей; політика забезпечення зайнятості; зростання творчого характеру роботи; різноманітність стимулювання праці; участь співробітників підприємства в прийнятті рішень.

1.1.2. Процес асертивної поведінки в системі між особистісних стосунків менеджерів на підприємстві.

Ричард Петті та Джон Капоччо створили теорію згідно з якою переконання формуються одним з двох способів. Коли в людей є достатньо причин для систематичного осмислення мети інформації і коли вони це можуть, виникають благо приємні умови для зосередженості на аргументах та для реалізації прямого способу переконання. Якщо ці аргументи не можна заперечити, то вірогідність переконання висока. Якщо в повідомленні немає нічого, крім аргументів, які легко скасувати, то люди, які осмислюють цю ситуацію, обов'язково звернуть увагу та спростують дане повідомлення.

Але іноді сила аргументів немає ніякого значення. Іноді ми або не схильні, або не здатні до серйозного розмірковування. Якщо наша увага відволікається, якщо повідомлення не викликає зацікавленості або ми просто не маємо часу, то цілком можемо не звернути увагу на зміст повідомлення. Замість того, щоб оцінювати переконливість доказів, що містяться в повідомленні, ми можемо піти по непрямому способу переконання – зосередившись на ознаках, які “запустять механізм згоди” без серйозних розмірковувань. Коли увага розсіяна або ми не схильні думати, то звичні і зрозумілі судження виявляються більш переконливими, ніж нестандартні та оригінальні. Але коли люди серйозно розмірковують над проблемою і обдумують її інтелектуально, вони звертають увагу не лише на звернення, але й на власні думки, що виникають у відповідь на нього. Переконують саме не аргументи, а власні розмірковування, що приводять до якогось висновку. Коли люди серйозно замислюються, більш вірогідно, що будь-яка установка, яка змінюється, збережеться, витримає будь-яку атаку і вплине на поведінку. Так що прямий

спосіб переконання – більш надійний спосіб до того, щоб установки і поведінка стали усталеними, в той час як непрямий спосіб веде лише до тимчасових і неглибоких їх змін. Якщо ви дійсно хочете, щоб на основі отриманої від вас інформації, хтось зробив так, як говорите ви кращий спосіб отримати бажане – привести аргументи, які не можливо заперечити, докази вашої правоти і зробити так, щоб у людей з'явилися серйозні причини “почути” вас і можливість серйозно замислитись над вашими словами.

Іноді переконання виникає в результаті того, що люди осмислюють аргументи і, поро змірковуючи над ними, виражають свою згоду. Такі підходи можливі лише тоді, коли аудиторія – це люди, які звикли мислити аналітично або зацікавлені в тому, в чому їх хочуть переконати.



1.2. Проблема розвитку асертивної поведінки в працівників сфери менеджменту.

1.2.1. Асертивна поведінка як метод досягнення поставленої мети.

Для того, щоб поставлена мета була досягнена потрібно не лише наполягати на своїй думці, але й знати як і де необхідно впливати на людину та якими способами. Довіра до джерела інформації:

Вплив фактору довіри (сприйняття джерела інформації в якості надійного та компетентного) приблизно через місяць знижується. Якщо повідомлення людини, яка заслуговує на довіру є переконливе, то по мірі того як джерело інформації забувається, його вплив втрачається, а вплив людини, яка не заслужила довіри, по тим же самим причинам, може з часом навпаки закріпитися (так як люди краще пам'ятають саме повідомлення, аніж причину, за якої воно не було прийняте спочатку).

Для того, щоб люди сприйняли інформацію, яку ви доносите, потрібно заслужити репутацію розумної людини і бути представленим, як спеціаліст в даній галузі. Для цього потрібно впевнено та чітко висловлювати свої думки, доступною для даної аудиторії мовою. Від стилю мовлення також залежить те, якою сприймається людина надійною чи навпаки. Люди найбільше довіряють оповідачу, коли розуміють, що ї не хочуть в чомусь переконати. Також багато чого залежить від того подобається людям оповідач, чи ні. Якщо люди відчують симпатію до оповідача, то і відповідно інформація стає для нас більш зрозумілішою і прийнятною.

Аудиторія – це також важлива складова досягнення успіху, адже саме вони є основним показником того, що вам вдалось

досягти. Спочатку варто визначити цільову аудиторію: якщо це люди, які володіють аналітичним розумом, то для них інформація подається прямим способом переконання, так як саме ця інформація логічно осмислюється та усвідомлюється наведена оповідачем аргументація; якщо аудиторія байдужа, то для неї головне значення має симпатія або антипатія до оповідача.

Вплив гарного настрою відіграє не другорядну роль в досягненні успіху. Великою силою переконання володіють ті повідомлення, які асоціюються з позитивними відчуттями. Хороший настрій нерідко сприяє переконанню, тому що застосовується позитивне мислення (у людей є причини замислитись над інформацією), а частково і від того, що виникає зв'язок між хорошим настроєм та повідомленням. Люди, які перебувають у гарному настрої, схильні приймати більш імпульсивні рішення. Нещасливі люди рідко сприймають поверхову інформацію. Тобто варто створити у слухача позитивний настрій і можливо він благо приємно поставиться до вашого звернення.

Потрібно з повагою відноситись до вираження почуттів інших людей. Нерідко люди відчують сильні труднощі під час вираження своїх почуттів словами. Не потрібно перебивати їх, робити передчасних висновків і давати поради. Потрібно не піддаватися власним емоціям та набратись терпіння.

Важливий момент у спілкуванні – самопрезентація. А. Шутц виокремила 4 стилі самопрезентації:

1. асертивний;
2. агресивний;
3. захисний;
4. виправдовування.

Вони створюються двома координатами: прагнення отримати соціальне схвалення – прагнення уникати значимих втрат в соціальному схваленні; активність-пасивність.

Агресивна само презентація - використання агресивного способу уявлення бажаного образу. Цей стиль характеризується більшою активністю, ніж асертивний. Люди, які його використовують, намагаються домінувати, щоб виглядати благо приємним чином. Способами реалізації даного стилю само презентації є: застосування принижуючих опонента оцінок і порівнянь; іронія, критичні судження, в тому числі і в адресу критику чого, обмежені теми дискусії, направлені на зміну предметів обговорення.

Захисна самопрезентація означає пасивне прагнення уникати негативного враження. Люди, такого типу, уникають ситуацій під час яких вони можуть потрапляти в незручні становища, намагаються не привертати до себе увагу на публіці, саморозкриваються по мінімуму та не афішують свої можливості. Для них характерні мінімізація соціальної взаємодії, намагаються зберігати мовчання, дружелюбність, але пасивну взаємодію.

До способів, які реалізують само презентація виправдовування, відносяться: заперечування, дисоціація, прийняття всієї відповідальності за всі негативні події, демонстрація розкаяння.

Для вирішення конфліктної ситуації намагайтесь уникати докорів, адже це може ускладнити ситуацію ще більше.

1.2.2. Основні проблеми, що виникають при використанні асертивних технік.

Техніка “заезженная пластинка” – багаторазове спокійне повторення вимоги призводить до бажаного результату. Але використання цього методу обмежене слідуючими умовами: претензії повинні носити характер конкретних вимог, які відносно

легко задовольняються; якщо після 5 - 10 повторів результату не виникає, не варто продовжувати. Ця техніка використовується лише за цілковитої впевненості в своїй правоті. Варто також уміти відмовляти, що не кожен вміє зробити так, щоб не образити інших. Можна використовувати такі техніки відмови: 1. техніка простої асертивності (відмова без роз'яснення причин); 2. техніка емфатичної асертивності, коли у випадку відмови виражається співчуття, повідомляються причини відмови, пом'якшуються небажані реакції.

Асертивний виступ спокійний, людина повністю впливає вільною думкою, - тоді як її вербальний або невербальний прояв без будь-якої напруги. Говорить смиренно, голосно, зрозуміло, темп мовлення рівномірний. Контакт очима – прямий. Відчуває впевненість і передає її іншим людям. Нічого не навіює. При невдачі – не шукає винних. Асертивний спосіб поведінки передбачає те, що людина знає, чого вона хоче і чого не хоче і може чітко сформулювати свої думки без страху, невпевненості, іронії та сарказму. Людина, яка поводить себе асертивно, не спричиняє проблем, вона поважає права інших та водночас може відстоювати свою позицію, не принижуючи свого достоїнства. Метою асертивної поведінки є не маніпуляції з боку людини, а вміння викликати у інших хороше ставлення до себе і надання необхідної допомоги. У випадку зіткнення інтересів – потрібно знаходити рішення, яке задовольнить обидві сторони.

Для досягнення свої цілі, саме асертивною поведінкою, необхідно чітко знати свою мету. Якщо не розібратись у власних мотивах, людина не зрозуміє вашої потреби.

## Розділ II. МЕТОДИ ТА МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ.

2.1. Методичні підходи до організації досліджень основних технік асертивної поведінки.

### 2.1.1. Методика А. Салтера, або як асертивно добитись свого.

Цю техніку можна використовувати там, де ми прагнемо настояти на своїй потребі. Варто знати, що мова іде про те, на що ми маємо повне право, і краще, коли це право визначене законом або іншими документами. Принципом цієї техніки є те, що ми чітко і ясно формулюємо свою потребу – і не дозволяємо відійти в іншу сторону від проблеми. Погоджуємося з усім, що хоч трохи правдиве або може таким бути.

Автор цієї методики американець А. Салтер дав їй визначення — «уметь настаивать на своём, уметь убеждать». Своїх учнів вчив спонтанним реакціям, що відповідають прояву емоцій, мистецтву виражати свої побажання і потреби. Виходячи з того, що компроміс часто найбільша перемога.

Асертивність встає бар'єром проти, будь-якої форми маніпуляцій. Вчить людину як спокійно і без агресії подібні маніпуляції відхилити. Підготовлює до того, що відхиленням можна втратити якісь вигоди, але залишатися самим собою. Людина, яка поводить себе асертивно зможе точно і ясно визначити, що їй потрібно, як бачить ситуацію, що про неї думають і як її відчують. Має позитивне ставлення до інших людей і тверезу самооцінку. Дає зрозуміти, що її вимоги законні і здійсненні, а інша сторона має інтерес до позитивного вирішення цієї проблеми. Поводить себе самовпевнено, вміє слухати інших і знає, коли піти на компроміс. Може змінити свою точку зору під тиском аргументів. Тому що вважає інших людей «добрими». Також вміє попросити про допомогу.

Стандартизовані програми тренінгу впевненості характеризуються слідуючим:

- цілі, список навичок, що тренуються, зміст тренінгу, список рольових ігор, а також послідовність дій тренерів та учасників групи наперед визначені та стандартизовані;
- послідовність тренування навичок, їх співвідношення не залежать від складу учасників.

Такого роду тренінги дуже зручні для психологічних експериментів і точної експериментальної (тестової) оцінки ефективності роботи групи. Програма тренінгу може бути детально описана і легко відтворена іншими тренерами.

Але є свої недоліки. В роботі тренера та групи важко враховувати індивідуальні проблеми учасників, програма не змінюється з часом, а тому слабо налаштовується на можливі зміни в соціальній нормі поведінки. Може, тому стандартизовані програми до цих пір написані або для тренування достатньо простих, легких навичок поведінки, або застосовується до достатньо простої, стандартної і стабільної сфери соціальної взаємодії.

2.1.2. Поведінкова тренінгова програма тренування соціальної компетентності Франца-Йозефа Фельдхеге и Гюнтера Краутана.

Поведінкова тренінгова програма тренування соціальної компетентності Франца-Йозефа Фельдхеге и Гюнтера Краутана (Feldhege F., Krauthan G., 1979) пропонує модифікацію поведінки та підвищення соціальної компетентності за 4 поведінковими блоками:

1. Покращення взаємостосунків з партнерами, друзями та знайомими.
2. Знайомство: встановлення і підтримання контакту з іншою людиною.
3. Пред'явлення обґрунтованих вимог та претензій.

#### 4. Переборювання складних (стресових) ситуацій.

Для проведення всієї програми повинно бути мінімум 4 місяці при умові, що 7—9 клієнтів зустрічаються двічі в неділю для 2-годинних занять.

В рамках кожної з тем, навичка, що тренується розділяється на декілька простих компонентів — так званих поведінкових та когнітивних технік. Ці компоненти тренуються окремо, причому когнітивне тренування - є відбором підходящих ситуації рольових ігор та слідує поведінковому тренінгу в рольових іграх.

Зміст когнітивних технік створюється активними діями самих клієнтів. Клієнти, наприклад, самі пропонують варіанти місць, що підходять для контакту; складають список фраз, з якими вони могли б звертатися до іншого, і тими, які вони в стані довго та цікаво обговорювати.

Ситуації рольових ігор в програмі також (на основі 1-2 демонстративних рольових ігор) пропонують самі клієнти. При цьому кожен ситуацію розділяють на декілька компонентів, частково змінюючи які, можна ускладнити або полегшити ситуацію:

- 1) час/місце;
- 2) партнер;
- 3) власні дії;
- 4) поведінку партнера;
- 5) компоненти власної поведінки.

(В п. 3 описується поведінка, яка тренується, в п. 5 — його окремі компоненти, за якими клієнт повинен особливо слідкувати в рольових іграх).

Ситуації до кожної з поведінкових технік в програмі розігруються тричі — на низькому, середньому та високому рівні складності.

Результатом тренінгу є здатність клієнтів усвідомлювати та промовляти свої потреби, інтереси та бажання (усвідомлені), здатність цілеспрямовано та з знанням справи планувати здійснення інтересів та бажань (планування) і власне — наявність навичок для здійснення своїх планів в реальній ситуації, з опорою на підкріплення в внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Цей комплекс когнітивних, емоційних та поведінкових навичок, на думку авторів, і складає соціальну компетентність, що створює можливість оптимального розвитку та самореалізації клієнтів.



## 2.2. Методи стимулювання творчої діяльності.

### 2.2.1. Вправа “Мозковий штурм” А. Осборна.

Суть цієї вправи полягає в тому, що учасники на чолі з керівником вільно обговорюють проблему, висловлюють гіпотези про шляхи її вирішення, незважаючи на грамотність та доцільність ідей. Головне – запропонувати якомога більше варіантів.

Методологічними передумовами є: 1. колективне генерування ідей є більш ефективним; 2. зняття бар’єрів методом “шлюзу” – відсутні страх помилок, тиск авторитету, звичок, традицій, шаблонів мислення.

Умовами проведення вправи є:

- кількість учасників 7-10 чоловік;
- активність учасників, розкутість для вільного висловлення якомога більшої кількості думок;
- фіксація всіх висловлених думок;
- відсутність критики будь-якої ідеї;
- заохочення найсміливіших ідей,
- можливість будь-яких комбінацій.

Учасникам надається можливість не боятися бути осудженими за свої слова, вони вимовляють все, що спадає на думку і тим самим вони стають впевненішими у собі. Відчуття цієї впевненості зароджує в людей потребу до самовираження, а поєднання з техніками асертивної поведінки формує спеціаліста з переконання та досягнення цілей.

### Розділ III. РОЗВИТОК АСЕРТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ НА ТРЕНІНГОВИХ ЗАНЯТТЯХ.

#### 3.1. Розробка тренінгового заняття на формування асертивної поведінки.

##### Тренінг асертивності

##### Пояснювальна записка

**Асертивність** - це термін, яким позначають здатність людини впевнено та з достоїнством відстоювати свої права, не зачіпаючи при цьому прав інших людей. Впевнена у собі людина – це завжди успішний початок будь-якої справи. Для того, щоб бути впевненим у собі, не достатньо лише добре знати свою роботу, але й щиро вірити в її необхідність.

##### Підготовчий етап

#### 1.1. Визначення практичної спрямованості завдання:

- ü психологічна просвіта;
- ü консультаційна робота;
- ü розливальна робота.

#### 1.2. Аналіз власного досвіду виконання подібних завдань:

- ü **навчальна дисципліна** – Основи психологічного тренінгу.
- ü **тема** – Планування та розробка тренінгу з соціально-психологічною спрямованістю.
- ü **Практика** - професійно-орієнтоване завдання „Розробка тренінгової програми.”

#### 1.3. Аналіз проблеми і до визначення теми

**Завдання:** розвивання в менеджерів навичок асертивної поведінки.

#### **1.4. Пошук та аналіз літератури з проблеми:**

Ї пошук та аналіз навчально-методичної та довідкової літератури:

1. Основи психологічного тренінгу. Тема: Формування тренінгової групи.
2. Соціальна психологія. Тема: Міжособистісне спілкування. Структура тренінгового заняття.

#### **2.1. Підбір методів виконання завдання.**

##### **1. Словесні**

- інформаційне повідомлення (міні-лекція “Асертивна поведінка в житті людини”).
- мозковий штурм
- тематична групова дискусія (етап складання правил групи, обговорюється, що таке правила і для чого вони існують).

##### **2. Практичні**

- рухлива гра (рольова гра з використанням методів асертивної поведінки в робочій діяльності)
- “Асоціативний ланцюжок”

#### **2.2. Аналіз ресурсів та підготовка матеріалів, необхідних для виконання завдання.**

Ресурсне забезпечення заняття:

- дошка на стіні;
- крейда – 2шт.;
- ручки
- стільці
- бейджі
- папір білий формату А-4- 1 пачка;

- плакат із темою тренінгу;
- фліп-чарт;
- підготовлений лекційний матеріал;
- стимульний матеріал.

Розгорнутий план-конспект тренінгу

1. Вступ-5хв.

Вітальне слово тренера:” Добрий день, шановні учасники! Сьогодні ми зібрались, щоб удосконалити або набути навичок асертивної поведінки в вашому повсякденному житті та роботі.

Отож, тема нашого заняття – “ Впевненість у своїх силах – запорука успіху”.

Ресурсне забезпечення: плакат із темою тренінгу.

2. Правила групи – 10 хв.

Інструктаж: “ В нашому житті існують певні правила. Давайте визначимо, яких правил ми будемо дотримуватись в нашій групі. Прошу кожного запропонувати правило, шляхом спільного обговорення, ми будемо або приймати його або ні.”

Ресурсне забезпечення: дошка, крейда.

3. Очікування учасників – 5 хв.

Вправа “Що ми очікуємо?”

Інструктаж: “ Пропоную вам на аркуші паперу записати, що ви очікуєте від тренінгу, про що ви хочете дізнатись”.

Ресурсне забезпечення: папір А-4, ручки.

4. Вправа “Асоціативний ланцюжок” – 15 хв.

Інструктаж: “ Прошу записати на аркуші паперу по одній асоціації до слів “менеджер”, “товар”, “реклама”. Далі кожен зачитує свої варіанти, а я записую на дошці. Потім ділитесь на три групи, кожна

група виробляє визначення одного з понять і презентують свої визначення”.

Ресурси: фліп-чарт, поділений на три колонки з назвами.

5. Міні-лекція: “Асертивна поведінка в професійній діяльності” – 5 хв.

Бесіда: обговорення матеріалу лекції – 5 хв.

Ресурси: лекційний матеріал, ручки, папір А-4.

6. Рухлива гра “Знайди пару”-5 хв.

Інструктаж:” Щоб підняти ваш емоційний та фізичний настрій пропоную провести гру. Всі учасники, сидячи в колі, протягом 20 сек. Дивляться один на одного та мовчки обирають для себе партнера, не говорячи про це йому. По моїй команді всі встають з місць і кожен учасник повинен якомога швидше оббігти 3 кола навколо свого партнера. Як тільки це вдається зробити, він сідає на своє місце”.

Ресурси: стільці.

7. Рольова гра “ Застосування технік асертивної поведінки в різних життєвих ситуаціях” – 30 хв.

Інструктаж: “Вами була прослухана лекція про техніки асертивної поведінки. Давайте, щоб удосконалити наші знання на практиці, розіграємо ситуації, де кожен з вас зможе проявити себе в різних ролях”.

Обговорення.

Підведення підсумків – 5 хв.

Вступне слово тренера:” Ось і завершується наше заняття. Протягом сьогоднішньої зустрічі ви мали нагоду глибше ознайомитись з техніками асертивної поведінки, навчилися вільно розмовляти та бути впевненими у собі людьми. Сподіваюсь це допоможе вам в професійній діяльності, а також у житті. Прошу вас

відповісти на запитання “Чи отримали ви те, що очікували від даного тренінгу?”

Обговорення.

#### **2.4. Передбачення проблемних моментів під час реалізації плану і визначення варіантів дій у таких ситуаціях:**

1. відсутня наукова-методична література з питань проведення тренінгу на підприємствах (варіанти дій: робота в мережі Інтернет, консультація з більш досвідченим тренером);
2. недостатній досвід роботи по проведенню тренінгів (консультація з більш досвідченим тренером);
3. небажання учасників іти на контакт з тренером (причини виникнення: нерозуміння мети, теми, цілей тренінгового заняття; можливості уникнення: більш тісна співпраця з тренером; пояснення мети, задач аудиторії).

#### **Етап моделювання фрагменту роботи тренера**

##### **3.1. Усна презентація мети, форми, змісту і методів тієї роботи з клієнтом, фрагмент якої буде змодельовано в групі.**

Метою тренінгу: розвивати в учасників тренінгу впевненість у собі та самоповагу, як до себе так і до оточуючих, приділяючи увагу до кожного, хто приймає участь у вправах.

Форма: тренінгові заняття.

Аудиторія: менеджери з продажу.

Загальна тривалість тренінгу – 90 хв.

Кількість учасників тренінгу – 8 чоловік.

Функції тренера:

1. Допомагає рухатись у групі в потрібному напрямку, виступає експертом в інформативному плані;

2. керує самим процесом проходження тренінгу;
3. коментує, супроводжує групу під час групової взаємодії.

### **3.2. Демонстрація фрагменту роботи тренера із залученням інших учасників тренінгу.**

Демонстрація вправи: “Знайди пару” - стор. 3.

### **3.3. Первинна усна самооцінка змодельованого фрагменту роботи психолога з групою.**

Тренер досяг поставленої мети і задоволений отриманим результатом

Етап самоаналізу

### **4.1. Аналіз повноти виконання завдання.**

Завдання тренінгу:

- дати можливість учасникам розкрити своє вміння захищати свою позицію, не ображаючи при цьому прав інших людей ( вправа -;
- навчити учасників деяким технікам переконання (лекційний матеріал);
- рефлексія учасниками власних якостей та умінь по асертивній поведінці (за допомогою запропонованих вправ було здійснено спільний пошук ресурсного психологічного стану, власних якостей та вмінь).

### **4.2. Аналіз правильності виконання завдання.**

- менеджери проінформовані по технікам асертивної поведінки в діяльності та житті;
- піднято емоційний та фізичний настрій у групі, завершено роботу на позитиві;
- учасники вміють використовувати свої вміння в діяльності та направляти їх в позитивну сторону.

4.3. Виявлення не передбачуваних проблемних моментів та розробка варіантів їх вирішення:

1. на початковому етапі:
  - відсутність науково-методичної літератури з питань проведення тренінгу на підприємствах (варіанти дій: робота в мережі Інтернет, консультація з більш досвідченим тренером);
  - недостатність досвіду роботи по проведенню тренінгів (консультація з більш досвідченим тренером);
2. на етапі планування: відсутня науково-методична література з питань підбору методів виконання завдання ( дії: робота в мережі Інтернет, консультація з досвідченим тренером, психологом);
3. відсутність окремих ресурсів та матеріалів, необхідних для проведення завдання (дії: підготовка матеріалів заздалегідь, завчасна підготовка приміщення);
4. не бажання учасників іти на контакт з тренером (дії: роз'яснення мети, задач тренінгу, тісний контакт з аудиторією, позитивний настрій тренера, який впливатиме таким же чином на учасників і спонукатиме до співпраці);
5. на етапі моделювання фрагменту роботи: вимушеність моделювання фрагменту (дії: зацікавлення учасників, створення бажання гри).

#### **4.4. Внесення коректив до плану виконання завдання.**

1. Проведення тренінгу більш досвідченим психологом, тренером.
2. Зменшення кількості учасників тренінгу для більш тісної взаємодії або збільшення часового ресурсу.



### Підсумок

При виконанні роботи, були поставлені слідуючі завдання дослідження:

- Проаналізувати наукову літературу з проблеми розвитку асертивної поведінки в менеджерів.
- Розглянути особливості різних технік асертивної поведінки та способи, де їх можна застосовувати.
- Розробити тренінгову програму для менеджерів на формування асертивної поведінки.
- Визначити основні проблеми на етапі створення тренінгу.

Виконуючи роботу, поставлені завдання були виконані, проаналізувавши наукову літературу, були визначені дослідники, які займалися даною проблемою та їхні роботи, які допомогли правильно побудувати напрям роботи.

Розглянувши особливості різних технік асертивної поведінки, було зроблено висновок, що основою того, щоб люди сприйняли інформацію, яку ви доносите, потрібно заслужити репутацію розумної людини і бути представленим, як спеціаліст в даній галузі. Для цього потрібно впевнено та чітко висловлювати свої думки, доступною для даної аудиторії мовою.

Перед безпосереднім розробленням тренінгової програми була розглянута поведінкова тренінгова програма тренування соціальної компетентності Франца-Йозефа Фельдхеге и Гюнтера Краутана, що пропонує модифікацію поведінки та підвищення соціальної компетентності за 4 поведінковими блоками:

1. Покращення взаємостосунків з партнерами, друзями та знайомими.
2. Знайомство: встановлення і підтримання контакту з іншою людиною.

3. Пред'явлення обґрунтованих вимог та претензій.
4. Переборювання складних (стресових) ситуацій.

Цей комплекс когнітивних, емоційних та поведінкових навичок, на думку авторів, і складає соціальну компетентність, що створює можливість оптимального розвитку та самореалізації клієнтів.

Розроблений тренінг складається з комплексу вправ, які розвивають впевнену поведінку, пов'язану саме з діяльністю менеджерів, адже в цій професії асертивна поведінка відіграє чи не найважливішу роль для досягнення успіху. На початковому етапі тренінгу виникали такі проблемні моменти: відсутність науково-методичної літератури з питань проведення тренінгу на підприємствах; недостатність досвіду роботи по проведенню тренінгів. На етапі планування: відсутня науково-методична література з питань підбору методів виконання завдання та відсутність окремих ресурсів та матеріалів, необхідних для проведення завдання.

Отже, підбиваючи підсумки гіпотеза, яка була поставлена на початку роботи була правильною та підтвердила те, що використання технік, які розвивають впевнену поведінку людини позитивно впливає на формування асертивності: вправа “мозковий штурм” - дозволяє використати резервні можливості людини для вирішення спільних проблем; програвання різних життєвих ситуацій, дозволяє розвинути в людей техніки асертивної поведінки.

## Список використаних першоджерел.

1. Вачков И.В. Основы технологии группового тренинга. – М.: Ось-89, 1999. – 176 с.
2. Зайцева Т.В. Теория психологического тренинга. – СПб.: Речь, 2002.
3. Груповий психоаналіз За ред. О.Фільца, Р.Гаубля, Ф.Лямотт Навчальний посібник. Пер. з нім. - Львів ВНТЛ-Класика, 2004.-192 с.
4. Пахальян В.Э. групповой психологический тренинг: Учебное пособие.- СПб.:Питер,2006-224.:ил.
5. Ромек В. Г. Тренинг уверенности в межличностных отношениях. — СПб.: Речь, 2003. — 175 с.
6. С. Стаут, Управленческий тренинг, СПб, «Питер», 2002 г., с. 218-219.
7. Стимсон Н. Подготовка и представление тренинговых материалов.-СПб.:Питер, 2002.-160.
8. Рэйс Ф., Смит В. 500 лучших советов тренеру. – СПб.: Питер, 2001.
9. Торн К., Маккей Д. Тренинг. Настольная книга тренера. – СПб.: Питер, 2002.
10. Ильин Е.П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности.-СПб.: Питер, 2008.-432 с. ил.
11. Майерс Д. Социальная психология. – 7-е изд. – СПб.: Питер, 2005.-794.